

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini, banyak usaha dari berbagai bidang, dan dari masing-masing bidang tersebut menjanjikan peluang usaha yang sangat besar. Salah satunya adalah peluang usaha dari bidang Periklanan. Komunikasi mampu menguasai semua aspek kehidupan mulai dari pekerjaan disemua bidang yang mengharuskan setiap individual harus komunikatif sampai keperluan sehari-hari yang dituntut mampu berkomunikasi dengan baik. Komunikasi dalam dunia kerja sangat bermanfaat untuk segala bidang usaha. Orang-orang komunikasi dituntut untuk lebih kreatif dalam menciptakan, memproduksi dan memberikan informasi kepada masyarakat banyak, sehingga tujuan dari komunikasi tersebut tercapai.

Universitas Sebelas Maret adalah salah satu Universitas yang memiliki program studi Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP). Di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ini memiliki program studi untuk sarjana dan diploma. Program diploma merupakan program terapan dimana ada 3 terapan yaitu, Penyiaran, Periklanan, dan Hubungan Masyarakat. Program sarjana dan diploma merupakan program studi yang paling diminati pada era sekarang ini, mengingat banyaknya aktifitas kerja yang mengutamakan keahlian berkomunikasi.

Sekarang ini media semakin berkembang dengan cepat bagi seluruh aspek kehidupan dan semakin banyak pula kebutuhan untuk beriklan disetiap program kerja, baik dibidang jasa maupun barang. Untuk itu Program Studi DIII Komunikasi Terapan khususnya Periklanan dibuka untuk mendidik calon-calon Ahli Madya di bidang periklanan. DIII periklanan diharapkan mampu menghasilkan mahasiswa yang kreatif dan kompeten dalam dunia periklanan.

Periklanan adalah bidang pekerjaan yang paling berpengaruh dalam dunia kerja modern. Dunia periklanan saat ini berkembang begitu pesat, banyaknya perusahaan, lembaga dan instansi pemerintahan sangat membutuhkan jasa periklanan. Jasa periklanan yang berfungsi untuk kebutuhan promosi dan juga untuk memasarkan produk. Hal inilah yang membuat jasa periklanan saling bersaing untuk memberikan kualitas periklanan yang sebaik-baiknya. Dengan ini menuntut jasa penyedia layanan periklanan untuk bersaing dalam kreatifitasnya untuk memasarkan produk *client*.

Dalam persaingan ini perusahaan jasa periklanan harus memperhatikan atau meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) supaya lebih kreatif. Kreatifitas sangatlah dibutuhkan terutama di dunia periklanan supaya tidak monoton dalam penyajian sebuah iklan. Seiring dengan perkembangan jaman jasa periklanan pun semakin menunjukkan kemajuan yang pesat dibidang periklanan. Hal ini bisa dilihat dari cara penyampaian iklan tersebut. Dengan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Ilmu Teknologi saat ini, berbagai cara promosi yang dilakukan oleh usaha jasa pelayanan periklanan yang

berkembang saat ini misalnya : Media Cetak, Media Elektronik, Media Luar Ruangan / *Outdoor*, Media *Online*, Media Trans Ad, *Offset & Printing*, *Event Organizer*.

Untuk melatih Mahasiswa agar mengetahui dan mengalami secara langsung bagaimana kegiatan industri periklanan sesungguhnya, maka DIII Komunikasi Terapan Periklanan mengadakan program Kuliah Kerja Media (KKM) pada semester 6 bertujuan untuk memperkenalkan mahasiswa pada dunia kerja yang nyata. Serta mendidik mahasiswa untuk mampu bekerjasama dalam tim dengan baik dan mudah beradaptasi dengan lingkungan baru di dunia kerja.

Selain itu, Kuliah Kerja Media merupakan salah satu syarat bagi seorang mahasiswa untuk lulus dengan gelar Ahli Madya, sehingga dapat menjadi pekerja yang berkompetensi, kreatif, berkualitas, dan memiliki pengalaman di dunia kerja nyata.

CV. FRONTLINE INDONESIA merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang periklanan di kota Surakarta. Perusahaan ini bergerak dibidang *Event Organizer*. Banyak para perusahaan, instansi baik itu swasta maupun negeri telah menggunakan jasa layanan periklanan tersebut. CV. FRONTLINE INDONESIA memiliki *Account Executive* (AE) yang mempunyai andil yang sangat besar dalam kelancaran dan keberhasilan suatu event/acara yang diselenggarakan. Mulai dari mencari informasi, mendapatkan *client* serta mendapatkan *client* maupun sponsor hingga dapat terlaksananya *event*. Sehingga seorang *Account Executive* diwajibkan

mempunyai wawasan yang luas dan mempunyai sikap profesionalisme yang dapat meyakinkan client untuk diajak bekerja sama. Dengan demikian tujuan internal perusahaan dapat tercapai dan demikian juga dengan perusahaan *client* yang di tangani.

Kuliah Kerja Media di CV. Frontline Indonesia Jl. Batara Wisnu E 20, Gentan – Solo 57528 di laksanakan pada Senin 15 Februari 2016. KKM adalah Mata Kuliah yang diambil oleh mahasiswa komunikasi terapan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik tahun angkatan 2013. Dengan adanya KKM mahasiswa dapat mengetahui secara nyata praktek keilmuan dari teori Komunikasi dalam dunia kerja sesungguhnya. Kegiatan magang ini diadakan karena mahasiswa ingin mengetahui praktik dan cara kerja *Event Organizer* di CV. FRONTLINE INDONESIA Solo.

B. Tujuan Kuliah Kerja Media

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Media ini bertujuan untuk memberikan pandangan dan wawasan bagi mahasiswa tentang dunia periklanan dan memberikan pengalaman kerja nyata bagi mahasiswa dimana mahasiswa menerapkan teori mata kuliah ke dunia kerja yang sesungguhnya dan dapat menerapkan ilmu yang telah didapatnya.

Adapun tujuan lain Kuliah Kerja Media adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui peranan *Account Executive* dalam pencarian client di CV. FRONTLINE INDONESIA.
2. Menambah pengalaman belajar tentang *Account Executive*

3. Mengetahui proses atau tahapan kerja dalam mengadakan suatu *event organizer*.
4. Sebagai syarat untuk melengkapi kurikulum dalam program D3 Komunikasi Terapan.

C. Manfat Kuliah Kerja Media

Kuliah Kerja ini membawa manfaat tidak hanya bagi mahasiswa yang menjalankan saja tetapi juga bagi perusahaan yang menjadi tempat Kuliah Kerja Media {KKM}, manfaat tersebut yaitu :

a. Bagi Mahasiswa

1. Memperoleh pengetahuan dan pengalaman tentang dunia kerja yang sesungguhnya, sesuai dengan bidang studi periklanan.
2. Membantu mahasiswa dalam penyusunan tugas akhir.
3. Melatih mahasiswa untuk menghadapi situasi kerja dan cara berkomunikasi dengan *client*.

b. Bagi Almamater

Sebagai rekanan kerja dalam pengembangan kualitas mahasiswa terutama dalam hal pengayaan ketrampilan, kreatifitas dan kemampuan *management* kerja.

c. Bagi Lembaga Pendidikan Diploma III Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta :

1. Merupakan salah satu cara mengevaluasi penerapan materi yang telah dikuasi oleh mahasiswa.

2. Dapat menjalin hubungan kerjasama dengan pihak perusahaan.
3. Memperoleh informasi tentang perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi masa kini.

d. Bagi Perusahaan

Menambah pengetahuan tentang tingkat kemajuan mahasiswa dibidang periklanan, sehingga mampu membantu pada saat perusahaan mencari karyawan baru.

D. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kuliah Kerja Media

Kegiatan Kuliah Kerja Media yang dilakukan penulis adalah bulan Februari sampai April 2016, KKM dilaksanakan secara mandiri atau individu oleh setiap mahasiswa mulai dari proposal pengajuan permohonan magang, waktu pelaksanaan magang hingga konsentrasi yang dipilih.

Adapun data mengenai perusahaan tempat KKM tersebut adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : CV. Frontline Indonesia

Alamat : Jl. Batara Wisnu e 20, Gentan – Solo 57528

Telp. : (0271) 7650099, 7026211

E-mail : frontline@indo.net.id

Bidang Usaha : *Event Organizer*

Waktu Pelaksanaan : 15 Februari s/d 09 April 2016

Hari kerja : Senin–Jumat

Konsentrasi : *Event Organizer*